

Как видно из схемы в случае закупки не унифицированной продукции заказчик понесет расходы на создание парка средств проведения технического обслуживания принтеров в 12 ден. ед. При этом в случае предоставления унифицированной продукции, т. е. модели принтера, которая уже имеется у заказчика в эксплуатации, данные расходы сократятся на 10 ден. ед. в связи с тем, что парк средств проведения технического обслуживания уже имеется для данной унифицированной модели принтера и необходимо дополнительно закупить средства проведения технического обслуживания именно на покупаемый объем принтеров на 2 ден. ед.

Также затраты по энергопотреблению для модели, взятой за основу, составят 17 ден. ед. Однако на рынке в данной категории присутствуют модели с усовершенствованными техническими и эксплуатационными характеристиками, которые способны сократить энергопотребление на 10 ден. ед. и, соответственно, на необходимый объем печати затратить 7 ден. ед.

Таким образом, за счет наличия понижающих факторов повышающие статьи затрат по созданию парка средств проведения технического обслуживания и энергопотреблению уменьшаются на соответствующие значения затрат понижающих статей, т. е. до 2 ден. ед. и 7 ден. ед., соответственно.

Сведем в таблицу рассчитанные значения повышающих и понижающих статей затрат и найдем их процентную структуру.

№	Статья затрат	Рассчитанная стоимость затрат, ден. ед.	Структура, %
Повышающие статьи затрат			
1	Затраты на приобретение принтеров	20	12,58
2	Затраты на создания парка средств проведения технического обслуживания в случае закупки не унифицированной продукции	$12 - 10 = 2$	1,26
3	Затраты по энергопотреблению	$17 - 10 = 7$	4,40
4	Затраты на расходные материалы и запасные части	110	69,18
Понижающие статьи затрат			
5	Унификация продукции с существующим оборудованием в области парка средств проведения технического обслуживания	10	6,29
6	Технические и эксплуатационные характеристики, позволяющие сократить энергопотребление	10	6,29

Далее составим таблицу весовых коэффициентов критериев оценки коммерческих предложений. При этом весовыми коэффициентами являются процентные доли затрат по каждой статье в структуре затрат, а критериями оценки коммерческих предложений являются непосредственно статьи затрат.

№	Критерий оценки коммерческих предложений	Весовой коэффициент критерия
1	Затраты на приобретение принтеров	0,1258
2	Затраты на создания парка средств проведения технического обслуживания в случае закупки не унифицированной продукции	0,0126
3	Затраты по энергопотреблению	0,0440
4	Затраты на расходные материалы и запасные части	0,6918
5	Унификация продукции с существующим оборудованием в области парка средств проведения технического обслуживания	0,0629
6	Технические и эксплуатационные характеристики, позволяющие сократить энергопотребление	0,0629

Данная таблица представляет критерии оценки коммерческих предложений и их весовые коэффициенты, которые рассчитываются с использованием стоимостного подхода определения весовых коэффициентов критериев оценки коммерческих предложений, основанного на анализе совокупной стоимости владения продуктом. При этом анализ рассчитанных показателей показывает, что в данном примере наибольший вес имеет не первоначальная стоимость продукции, а стоимость расходных материалов и запасных частей, необходимых для обеспечения запланированного ресурса печати.

Таким образом, что дает данный метод? Конечно, данный метод дает оптимизацию эффективности затрат денежных средств в разрезе учета данных затрат на всех стадиях владения продуктом, что является самым рациональным подходом в отличие от имеющегося в настоящее время, который учитывает затраты только на стадии приобретения продукции, а при этом, как было показано на примере, где стоимость расходных материалов и запасных частей значительно выше стоимости продукта, величина затрат на последующих этапах может значительно превышать стоимость приобретения продукции.

Однако негативной чертой данного метода, конечно же, является сложность проведения необходимых расчетов и в некоторых случаях не достаточная точность прогнозируемых затрат, что рационально ограничивает применение данного метода только применением при проведении крупно стоимостных закупок, в которых имеется возможность проведения точных расчетов величин затрат по каждой статье.

*Nezdoyminov Sergey Georgievich, Odessa National Economic University, PhD,
Associate Professor, Department of Economics and Tourism Management*

*Нездойминов Сергей Георгиевич, Одесский национальный экономический университет,
кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики и управления туризмом*

The modern transformation of the Black sea market of cruise services

Современные трансформации Черноморского рынка круизных услуг

В последние десятилетие круизные путешествия входят в десятку ведущих трендов мирового рынка туризма. Повышение роли круизного судоходства с конца прошлого века, исследователи связывают с концентрацией инвестиционных ресурсов в строитель-

стве лайнеров с повышенной пассажирской вместимостью. Интенсивность развития глобального круизного рынка заставляет украинских специалистов и предпринимателей туристического бизнеса усилить внимание к процессам рыночных трансформаций на рынке круизных услуг в бассейне Черного и Средиземного морей. Украина в девяностых годах XX века входила в число лидеров круизного судоходства, оперируя флотом в основных круизных регионах мира. В настоящее время в связи с полной утратой пассажирского флота, потенциал украинских портов Черного моря используется не в полной мере. В условиях рыночной трансформации украинской экономики, на начальном этапе реформ не были учтены два обстоятельства: во-первых, необходимость сохранения и наращивания социальной сферы общества и, во-вторых, поиск нового организационно-правового механизма государственного регулирования деятельности морских портов в связи с изменениями хозяйственной и социальных сфер.

Проблемы современного торгового судоходства, развития круизного бизнеса в Европе, международного морского туризма постоянно привлекают внимание исследователей. В целом, их выводы сводятся к усилению роли государства в развитии круизного судоходства, международной интеграции транспортных коммуникаций, наращиванию потенциала приморских регионов, модернизации инфраструктуры морских портов¹. Однако, специалистами не проводился анализ потенциала национального и международного рынка морских круизных услуг и перспектив его развития в Черноморском круизном регионе. В этой связи, необходимо продолжить исследования современного состояния круизного рынка, проблем обслуживания круизов в морских портах Украины. А также перспективных направлений совместной деятельности операторов рынка и органов местного управления по развитию круизного рынка в Причерноморском регионе. Специалисты считают, что данный регион Украины обладает природно-климатическими условиями сезонного развития круизного судоходства. Так, профессор В. А. Дергачев отмечает, что «важнейшей проблемой Черноморья является поиск путей формирования нового экономического пространства с преференциальным режимом свободной торговли и совместного предпринимательства. Черноморский регион расположен в геополитическом центре Евразии на пересечении коммуникаций «из варяг в греки» и запад — восток, включая Дунайско — Черноморский путь. Крупнейшая концентрация торговых портов в Восточной Европе, относительно развитая инфраструктура, близость европейского и ближневосточного рынков создают предпосылки для мирохозяйственной интеграции»². В тоже время, решающую роль в развитии международных транспортных систем, модернизации украинского торгового флота, приданию нового формата экономики морехозяйственного комплекса, должна сыграть Морская доктрина Украины. В соответствии с Морской доктриной Украины на период до 2035 года, основными задачами государственной морской политики является поддержка и развитие морехозяйственной деятельности на технологическом, экологическом, социальном уровне для обеспечения конкурентоспособности на мировом рынке, полного использования геополитического потенциала государства.

В 2010 г. мировой объем перевозок круизных туристов составил 18,7 млн. человек³. Анализ рыночных сегментов за 2009–2011 гг. свидетельствует, что основными потребителями круизных услуг, — около 11 млн. туристов — являются североамериканцы, за ними следуют, примерно 5,5 млн. (в 2009 г. — 3,4 млн.) — туристы из Европы, их количество за год увеличилось на 2,0 млн. Из европейцев в 2011 г., наиболее страстными поклонниками морского туризма, оказались жители Великобритании — 1 млн. 621 тыс. пассажиров, за ними следуют немцы — 1 млн. 219 тыс., итальянцы — 889 тыс., испанцы — 645 тыс. и французы — 387 тыс. По прогнозам специалистов, в 2017 г. морские круизы совершат 6,8 млн. жителей Европы⁴. Согласно данным за 2011 г., на долю круизного рынка Черного моря — приходится лишь 1% европейского круизного рынка судоходов, в то время как рынок Западного Средиземноморья составляет — 47%, а на долю региона Восточного Средиземноморья приходится — 33% от всех проведенных пассажирами на борту круизных судов ночлегов⁵. Объем мирового круизного рынка удваивается каждые 10 лет, и соответствует годовому темпу роста в пределах 7%. Тем не менее, размер мировой индустрии круизов относительно невелик в сравнении с индустрией туризма в целом.

Для социально-экономического развития Причерноморских регионов Украины важную роль играет развитие международного круизного туризма. Исследования динамики и тенденций развития круизного бизнеса показали, что мировая круизная индустрия продолжает развиваться с уровнем роста, превышающим средние темпы. Это дает основание специалистам полагать, что в 2013 году индустрия заработает около 36,2 млрд. долларов, т. е. на 4,5% больше по сравнению с предыдущим периодом. Ожидается, что общее количество туристов, путешествующих на круизных лайнерах, увеличится на 3,3% — до 20,9 млн. человек. Таким образом, для круизной индустрии темпы роста продолжают оставаться более высокими, чем для международного туризма в целом. Исследование «World Travel Monitor», проведенное компанией «IPL International» прогнозирует, что через год международный въездной туристский поток увеличится на 2–3%, в то же время эксперты UNWTO говорят о возможном 3–4% росте. Зарубежные специалисты отмечают рост валового круизного продукта. Так, европейская круизная индустрия генерировала в 2010 году доход в размере 35,2 млрд. евро, для сравнения в 2009 году — 34,1 млрд. евро. При этом прямые производственные затраты круизных компаний составили 14,5 млрд. евро. Всего круизная индустрия Европы обеспечивала работой в 2010 году 307526 человек (в 2009 году — 296288 человек) в разных регионах. Обратив внимание, что каждый вложенный миллион в круизный бизнес в Европе, создает 21 рабочее место, со средней зарплатой служащих в 30 тыс. евро в год⁶.

Во время проведения международной конференции Cruise Shipping Miami-2012 в Майами (США), Черноморский регион оказался в числе самых обсуждаемых с точки зрения дальнейшей глобализации и перспектив круизного бизнеса. Впервые совместно со всеми круизными черноморскими портами, украинские порты выступали под единым брендом — «Cruise Black Sea», что должно подчеркнуть отсутствие конкуренции между ними в вопросах обслуживания круизов. В этом направлении порты данного бренда — скорее союзники, ведь рекламируя Одессу, Ялту, Севастополь, Феодосию, Сочи, Батуми, Бургас, Несебр, Варну и Констанцу — позиционируется Черное море как круизный субрегион и круизный продукт. Проект поддержан турецкими круизными портами Стамбул и Синоп, а также Керченским морским портом, который намерен принимать круизы. Отметим, логистика круизного бизнеса подразумевает, что при посещении определенного региона судно должно зайти в максимальное количество портов, имеющих туристскую привлекательность. В тоже время, главной особенностью современного отечественного рынка

¹ Котлубай А. М. Развитие торгового судоходства: проблемы и перспективы развития: монография/А. М. Котлубай. — Одесса: 2008. — 380с.

² Дергачев В. А. Геополитическая и геоэкономическая трансформация Украины./В. А. Дергачев. - Научные труды в семи книгах. Кн. 6. Электронное издание на CD. [Электронный ресурс]. - Издательский проект профессора Дергачева, 2008. Режим доступа: <http://dergachev.ru/book-16/07.html>

³ Market-research. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.cruising.org/regulatory/pressroom-research/market-research>

⁴ Report 2010–2011. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.europeancruisecouncil.com/content/>

⁵ Там же.

⁶ Contribution of Cruise Tourism to the Economics of Europe 2011 Edition, Pdf. [Электрон.ресурс]. - Режим доступа: <http://www.europeancruisecouncil.com/content/ecc2011.pdf>

круизного туризма является почти полное отсутствие спроса украинских туристов на внутренние Черноморские круизы. К этому следует добавить и отсутствие программы развития транзитно-транспортной составляющей морского бизнеса. В то же время, с каждым годом увеличивается встречный поток иностранных туристов на круизных судах, прибывающих в порты Украины. Объясняется это тем, что в наиболее освоенных бассейнах Карибского и Средиземного морей круизным судам становится тесно. Например, если в 2009 г. в Средиземноморье работали 152 круизных судна, общей вместимостью около 20 тыс. пассажиро-мест, то по прогнозам специалистов в 2013 г. к ним добавятся еще не менее 20, из 40 строящихся сейчас, включая мегалайнеры длиной 290–360 м и вместимостью 2,5–5 тыс. туристов. Всего общим объемом до 84 тыс. пассажиро-мест. Борьба за клиентов заставляет круизные компании искать новые рынки сбыта своих услуг. Черноморский бассейн подходит для этого как никакой другой, так как, по сути, является частью Средиземноморского круизного рынка. В результате перегруппировки западными компаниями круизных линий, в 2010 г. Ялтинский, Одесский, Севастопольский и Феодосийский морские порты вместе взятые приняли около 180 круизных кораблей, а в 2012 году один Ялтинский порт обслужил 85 круизных судов, что на 25 больше чем в 2011 году. Поэтому, помимо доходов, которые получают объекты туристической инфраструктуры Крыма и Одессы за обслуживание сходящих на берег туристов, в перспективе, если спрос на круизы по Черному морю будет расти, солидных инвестиций можно ожидать и самим портам. По оценке Питера Уайльда, руководителя компании «P. Wild International», в среднем один европейский турист, выходя на берег в порту судозахода, тратит примерно до 100 евро в день. К примеру, если в 2011 году г. Одессу посетили 184000 круизных пассажиров, то можно полагать, что туристы потенциально могут потратить в городе приема порядка 18,4 млн. евро. Подобные инвестиции, по подсчетам компании «P. Wild International», могут генерировать доходы около 45,74 млн. евро в год, за счет туристического обслуживания местными турфирмами¹.

Так, например, компания Royal Caribbean International планирует организовывать кольцевые Черноморские круизы и круизы в Средиземноморье, с посадкой пассажиров в отечественных портах, в частности, в Ялте. Российская круизная компания «Инфлот Круиз Анд Ферри», создавшая в начале 2011 г. дочернее подразделение в Украине, также объявила о своих планах развивать круизный туризм в Украине². В частности, как в России, так и в Украине, компания будет эксклюзивно продвигать круизы испанского круизного туроператора Pullmantur, с которым «Инфлот Круиз Анд Ферри» уже подписало соглашение.

Таким образом, активизировавшиеся на рубеже веков, процессы глобализации круизного бизнеса коренным образом меняют роль морских регионов в национальной и мировой экономиках. Регионы, как самостоятельные территориально организованные социально-экономические системы, в условиях рыночных трансформаций, становятся не только субъектом национальной экономики, но также вступают в мировые конкурентные процессы. Экономический и социальный потенциал Черноморского региона Украины формирует основу устойчивого развития и конкурентоспособности экономики страны в целом.

*Ostashevsky Sergey Mikhajlovich, the teacher of faculty
of economy of work УРСЭИ (branch) ОУП ВПО «АТ and WITH».*

*Осташевский Сергей Михайлович, кафедры экономики труда
УРСЭИ (филиал) ОУП ВПО «АТ и СО»*

Genesis of innovations in the economic theory

Генезис инноваций в экономической теории

Само понятие «инновация» возникает в теоретических исследованиях культурологов 2-й половины 19 века. Культурная инновация в их представлениях являлась важнейшей характеристикой взаимодействия культур, когда одни элементы культуры (например, европейские обычаи, мораль, способы организации производства и т.д.) инфильтровались в традиционные культуры. Основным механизмом такого проникновения считали прежде всего механизм психологического взаимодействия.

Признавая экономическое воздействие технического изменения, Шумпетер попытался найти в рамках производственной функции место инновации, дав в 1939 г. следующее определение инновации: «любое возможное изменение, происходящее вследствие использования новых или усовершенствованных решений технического, технологического, организационного характера в процессах производства, снабжения, сбыта продукции, послепродажного обслуживания и т.п.»³. В предложенном Й. Шумпетером определении акцент делается на результат инновационной деятельности. При этом выделяется экономический, прежде всего коммерческий, эффект от внедрения нового продукта.

Более широкий подход к инноватике продемонстрировал американский экономист и социолог, специалист по управлению П. Друкер, который считал, что нововведение — это, скорее, экономическое и социальное понятие, чем техническое, так как даже в случае технико-технологических нововведений изменяются ценность и потребительские качества, извлекаемые потребителем из ресурсов. Друкер определял нововведения как особый инструмент предпринимателей, средство, с помощью которого они стремятся осуществить новый вид бизнеса или услуг⁴.

По Б. Санто, инновация — это такой общественно-техничко-экономический процесс, который через практическое использование идей и изобретений приводит к созданию лучших по своим свойствам изделий, технологий, и в случае, если инновация ориентирована на экономическую выгоду, прибыль, ее появление на рынке может принести добавочный доход. Инновация — это такой технико-экономический цикл, в котором использование результатов сферы исследований и разработок непосредственно вызывает технические и экономические изменения, которые оказывают обратное воздействие на деятельность этой сферы⁵.

¹ Уайльд П. Тенденции в развитии круизного рынка. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://portsukraine.com/node/2580>

² Российская круизная компания «Инфлот Круиз Анд Ферри», создавшая в начале 2011 г. дочернее подразделение в Украине, объявила о своих планах развивать круизный туризм в Украине. [Электронный ресурс].- Режим доступа: <http://www.trans-port.com.ua/index.php?newsid=25805>

³ Шумпетер Й. Циклы деловой активности: теоретический, исторический и статистический анализ капиталистического процесса: в 2-х тт. - М., 1982. – С. 42.

⁴ Друкер П. Эффективное управление. Экономические задачи и оптимальные решения: пер. с англ. – М., 1998. – С. 37.

⁵ Санто Б. Инновация как средство экономического развития: пер. с венг. - М., 1990. – С. 27.